

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNA, DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG
ELEKTRONIK DENGAN SIKAP KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Bandar Lampung)

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar (SE)**

Oleh :

Desta Ramadhani

NPM : 1651010380

Program Pendidikan : Ekonomi Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H /2021 M**

ABSTRAK

Uang elektronik merupakan alternatif pembayaran non tunai dalam transaksi mikro atau ritel. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin modern secara otomatis kebutuhan primer semakin meningkat sehingga manusia membutuhkan uang. Masyarakat menyadari akan pentingnya alat tukar yang tidak bersifat fisik, baik kertas maupun logam, yaitu dengan alat tukar elektronik. Uang elektronik memberikan suatu sarana atau sistem yang berfungsi untuk memberikan kemudahan, manfaat atau berdampak positif dan negatif bagi masyarakat.

Rumusan dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung secara parsial dan silmutan serta bagaimana sikap konsumen sebagai variabel intervening memediasinya dan untuk mengetahui bagaimana pandangan pespektif ekonomi Islam tentang uang elektronik. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan rumus Slovin. Dan sumber data yang digunakan adalah data primer yang didapat dengan mengisi kuesioner lalu diolah dengan teknik SmartPLS.

Hasil penelitian didapat bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna dan persepsi risiko memiliki pengaruh langsung yang lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung. Hal ini dikarenakan adanya variabel intervening yaitu sikap konsumen yang menyebabkan pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Maka dapat diartikan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik dengan adanya sikap konsumen sebagai variabel mediasi yang memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Dapat dikatakan semakin banyak minat menggunakan uang elektronik akan mendatangkan sikap yang puas terhadap suatu sistem uang elektronik dan akan cepat berkembang atau cepat mewujudkan tujuan bahwa uang elektronik dapat salah satu mempermudah konsumen untuk bertransaksi pembayaran dimana saja. Dalam pandangan ekonomi Islam, uang elektronik halal untuk digunakan selama tidak ada dalil yang melarang dan tidak adanya transaksi haram. Selain itu uang elektronik dapat memberikan kemaslahatan dari keunggulan berupa lebih cepat, mudah dan efisien.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Desta Ramadhani
NPM : 1651010380
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Bandar Lampung)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 17 Juni 2021
Penulis



Desta Ramadhani
NPM.1651010380



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarama I Bandar Lampung

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNA, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Bandar Lampung)**

Nama : Desta Ramadhani
NPM : 1651010380
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang
Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I,

Dr. Evi Ekawati, S.E., M.Si.
NIP.1876020220099122001

Pembimbing II,

Yeni Susanti, M.A.
NIP.

Ketua Jurusan,

Madnasir, S.E., M.Si.
NIP. 197504242002121001



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarama I Bandar Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Bandar Lampung)” disusun oleh **Desta Ramadhani**, NPM: **1651010380**, Program Studi: **Ekonomi Syari’ah**, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Senin/ 5 Juli 2021**.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Rubhan Masykur, M.Pd.

Sekretaris Sidang : Yulistia Devi, S.E, M.Ak

Penguji I : Any Eliza, S.E, M.Ak

Penguji II : Dr. Evi Ekawati, S.E, M.Si.

Penguji III : Yeni Susanti, M.A

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Baslan Abdul Ghofur, M.Si.

NIP. 80080112003121001

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

(Al- Insyirah : 5-6)

5. karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
6. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT sehingga memberikan kekuatan kepada penulis dan menyelesaikan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan penuh kebahagiaan, Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku yang tercinta, Ayahanda Rusdiyanto dan Ibunda Parmiyati terimakasih atas dukungannya yang seenantiasa dalam setiap sujudnya selalu medoakan untuk keberhasilan anak-anak tercintanya. Terimakasih atas limpahan kasih sayang dalam untaian doa serta dukungan materi yang tak ternilai yang tiada terhingga, bagai sang surya menyinari dunia. Yang selalu memotivasiku, membuatku semangat untuk menggapai cita-cita dan meraih kesuksesann.
2. Adik-adikku tercinta Vadila Dinda Lestari dan Devina Abidah Ardelia, terimakasih atas do'a serta selalu meberikan semangat dalam menyelesaikan pendidikan ini. Serta seluruh kerabat keluarga besar berkat do'a maupun motivasinya penulis dapat menyelesaikan ini dengan baik.
3. Almamater tercinta tempatku menimba ilmu UIN Raden intan Lampung, terkhususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dianugerahi nama oleh ayahanda dan ibunda yaitu bernama Desta Ramadhani, di lahirkan di Raman Gunawan, Kecamatan Seputihraman, Kabupaten Lampung Tengah pada tanggal 24 Desember 1998. Penulis adalah Anak pertama dari tiga bersaudara yang merupakan buah kasih pernikahan dari pasangan bapak Rusdiyanto dan Ibu Parmiyati.

Riwayat pendidikan penulis yang telah diselesaikan adalah:

1. Pendidikan Pertama di TK Kesuma Alam Campang Raya Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2004
2. Pendidikan SD Negeri 2 Sukabumi Bandar Lampung lulus tahun 2010
3. Selanjutnya, SMP Negeri 5 Bandar Lampung lulus tahun 2013
4. Lalu selanjutnya di SMA Negeri 12 Bandar Lampung lulus tahun 2016 dan melanjutkan pendidikan tingkat perguruan tinggi negeri pada program studi Ekonomi Syariah di Fakultas dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester 1 Tahun Akademik 2016.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga sampai saat ini penulis diberikan kesehatan, kemudahan, serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNA, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK DENGAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Kota Bandar Lampung)” dapat terselesaikan, Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis merupakan bagian dan prasyarat untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah.

Atas terselesainya skripsi ini, tak lupa penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta wakil dekan 1, 2, dan 3 yang selalu memotivasi mahasiswa untuk menjadi pribadi yang berkualitas dan menjunjung tinggi nilai-nilai Islami.
2. Bapak Madnasir, S.E.,M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang senantiasa sabar dalam memberi arahan serta selalu memotivasi dalam penyelesaian skripsi.
3. Ibu Dr. Evi Ekawati, S.E., M.Si., selaku pembimbing I dan Ibu Yeni Susanti M.A., selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk

membimbing penulis hingga dapat terselsaikannya penyusunan skripsi ini.

4. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada kami, semoga ilmu yang diberikan menjadi ilmu yang bermanfaat.
5. Sepupuku Wike Nuryuni, S.Ak yang telah memberikan semangat dan motivasi.
6. Temanku Zelda Puspita Sari, Dwi Ferida Safitri, Ria Valentina, Widia Wati, Aditya Tamara, Septiana Dewi, serta teman-teman seperbimbingan, pembimbing satu maupun pembimbing dua yang telah memberikan motivasi semangat dan saling berbagi cerita.
7. Teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, terkhususnya kelas E serta semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata jika penulis ada kesalahan dan kelalaian dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis mohon maaf dan kepada Allah SWT Mohon ampun dan perlindungan-Nya. Semoga karya penulis dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, Juli 2021

Desta Ramadhani
NPM. 1651010380

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMA PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTRA ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang Masalah.....	9
D. Batasan Masalah.....	9
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Manfaat Penelitian.....	11
H. Sistematika Penulisan.....	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Secara Umum Uang	15
1. Pengertian Uang.....	15
2. Fungsi Uang.....	16
3. Jenis Uang.....	18
4. Evolusi Sistem Pembayaran.....	19
B. Uang Elektronik Secara Umum.....	22
1. Sejarah Uang Elektronik.....	22
2. Pengertian Uang Elektronik.....	23
3. Jenis-jenis Transaksi pada Uang Elektronik	26
C. Persepsi Manfaat	27
D. Persepsi Kemudahan Pengguna.....	29

E. Persepsi Risiko	31
F. Minat.....	32
G. Sikap Konsumen.....	33
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	33
2. Minat Konsumen.....	40
H. Uang Elektronik Menurut Ekonomi Islam	43
1. Hukum Transaksi Dalam Islam.....	43
2. Prinsip-prinsip Syariah dalam Transaksi	49
3. Ruang Lingkup Uang dalam Islam	51
I. Kerangka Pikir.....	52
J. Hipotesis Penelitian.....	53

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	59
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	59
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data.....	61
D. Definisi Operasional Variabel	70
E. Instrumen Penelitian	72
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	76
1. Uji Validitas	76
2. Uji Reliabilitas Data.....	76
G. Uji Prasyarat Analisis	77
1. Analisa outer model	77
2. Analisa Inner Model	78
H. Pengujian Efek Mediasi.....	79
I. Uji Sobel.....	80

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil.....	81
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	81
2. Data Pengumpulan Data	82
3. Data Karakteristik Responden	82
4. Hasil Analisis Data	84
a. Pengujian model Pengukuran (Outer model)	84
b. Pengujian Model Struktural (Inner model)	89
c. Uji intervening	95
d. Uji sobel	96
B. Pembahasan	98

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap konsumen dalam minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung	98
2. Pengaruh persepsi kemudahan pengguna terhadap sikap konsumen dalam minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.....	100
3. Pengaruh persepsi risiko terhadap sikap konsumen dalam minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung	102
4. Pengaruh sikap konsumen terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung	104
5. Pengaruh sikap konsumen memediasi persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.....	105
6. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik dengan sikap konsumen sebagai variabel intevening pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi Islam.....	106

BAB V PENUTUP

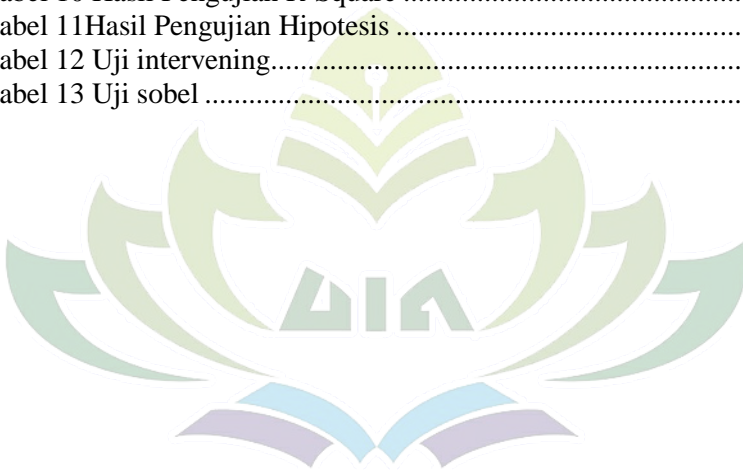
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Mahasiswa Tahun 2020 di Kota Bandar Lampung.....	7
Tabel 2 Jumlah Mahasiswa dan Sampel Responden.....	62
Tabel 3 Hasil Kuesioner.....	82
Tabel 4 Distribusi Jawaban Karakteristik Responden.....	83
Tabel 5 Hasil Pengujian Outer loading	85
Tabel 6 Cross Loading	86
Tabel 7 Average Variance Extracted (AVE).....	87
Tabel 8 Nilai Cronbachs Alpha	88
Tabel 9 Nilai composite reliability.....	88
Tabel 10 Hasil Pengujian R-Square	89
Tabel 11 Hasil Pengujian Hipotesis	93
Tabel 12 Uji intervening.....	95
Tabel 13 Uji sobel	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Transaksi Uang Elektronik di Provinsi Lampung	5
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 3 algorithm.....	91
Gambar 4 bootstrapping	91



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan terhindar dari kekeliruan dalam memahami judul yang dimaksud oleh penulis, maka kiranya judul skripsi ini perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul ini. Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak terjadi kesalahfahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Judul skripsi ini **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung)”**. Untuk Menghindari kesalahfahaman dan memahami maksud judul skripsi, terlebih dahulu diperlukan penegasan terhadap kata-kata dalam judul yang dianggap perlu sebagai berikut :

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹ Dalam hal ini pengaruh lebih condong kedalam sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang atau lebih tepatnya berpengaruh pada mahasiswa yang minat menggunakan layanan uang elektronik.
2. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.² Dapat diartikan bagaimana persepsi manfaat mengenai uang elektornik mampu mengubah pandangan subyektif, para pengguna

¹ *Penyusunan Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa* (jakarta: Alfabeta, 2011).

² Ni Made, Ari Puspita, and I Gde Kt Warmika, “Peran Persepsi Kemudahan Penggunan, Persepsi Manfaat Dan Perspsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan” 5, no. 4 (2016), h. 2606–2636.

mengenai kebermanfaatan transaksi menggunakan uang elektornik dapat mempermudah kinerja seseorang daripada menggunakan metode pembayaran tradisonal atau *cash*.

3. Persepsi Kemudahan Pengguna didefinisikan bahwa kemudahan pengguna mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga karena individu tersebut yakin bahwa sistem tersebut dapat dengan mudah dipahami.³ Persepsi kemudahan pengguna dibuat menjadi apakah pengguna uang elektronik dapat memudahkan mahasiswa mempelajari sistem, memahami, menggunakan dan memenuhi kebutuhan dari pengguna untuk melakukan transaksi uang elektronik.
4. Persepsi Risiko sesuatu yang dihadapi oleh pelanggan sadar dan tidak sadar ketika mereka membuat keputusan pembelian.⁴ Risiko dapat timbul di saat pengguna sudah menggunakan suatu teknologi, di mana jika terjadi suatu keadaan ketidakpastian yang tidak dikehendaki dapat menimbulkan suatu kerugian.
5. Minat adalah kecendrungan hati yang tinggi atau keinginan terhadap sesuatu.⁵ keinginan seseorang atau konsumen untuk menggunakan suatu produk atau teknologi, yang berupa layanan uang elektornik.
6. Uang Elektronik merupakan alternatif alat pembayaran non tunai khususnya untuk pembayaran mikro sampai dengan ritel.⁶ Keberadaan uang elektronik diharapkan dapat

³ Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiwa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta," *E-Jurnal* (2012), h. 6.

⁴ Andrean Septa Yogananda and I Made Bayu Dirgantara, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik," *E-Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro* 6 (2017), h. 1–7.

⁵ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2020, <https://kbbi.wb.id/minat>.

⁶ Arsita Ika Adiyanti, "Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya)," *E-Jurnal Akuntansi dan Bisnis* 13 (2015): 1–13, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1590>.

membantu atau mempermudah pengguna dan dapat menjalankan ekonominya tanpa harus menggunakan uang fisik untuk melakukan berbagai macam transaksi atau pembayaran.

7. Sikap Konsumen adalah studi yang fokusnya untuk mempelajari bagaimana mempelajari perilaku konsumen dalam membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk mengonsumsi barang yang dibutuhkan.⁷ Sikap konsumen suatu perilaku untuk membuat keputusan pembelian, yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa.
8. Variabel Intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.⁸ Sikap konsumen merupakan variabel intervening di penelitian ini, yang menghubungkan persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna dan persepsi risiko sebagai independen (variabel bebas) dan minat layanan uang elektronik sebagai variabel dependen.

Berdasarkan penegasan dari istilah-istilah atau kata-kata diatas, maka yang menjadi pembahasan dalam skripsi ini adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik dengan sikap konsumen sebagai variabel intervening (studi mahasiswa Kota Bandar Lampung).

⁷ Sunarto, "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S," *E-Jurnal V*, no. 1 (2018): 38.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Dan R&D*, ed. Alfabeta (Bandung, 2016).

B. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman penggunaan teknologi juga semakin berkembang pesat. Teknologi tidak dapat dipisahkan dan telah berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Teknologi dimanfaatkan untuk pengembangan infrastruktur perusahaan dan pemerintahan agar menjadi lebih efisien dan menghasilkan pelayanan yang lebih baik bagi para penggunanya. Perkembangan teknologi yang semakin canggih memudahkan kita dalam memenuhi berbagai macam kebutuhan dengan mudah dan cepat.

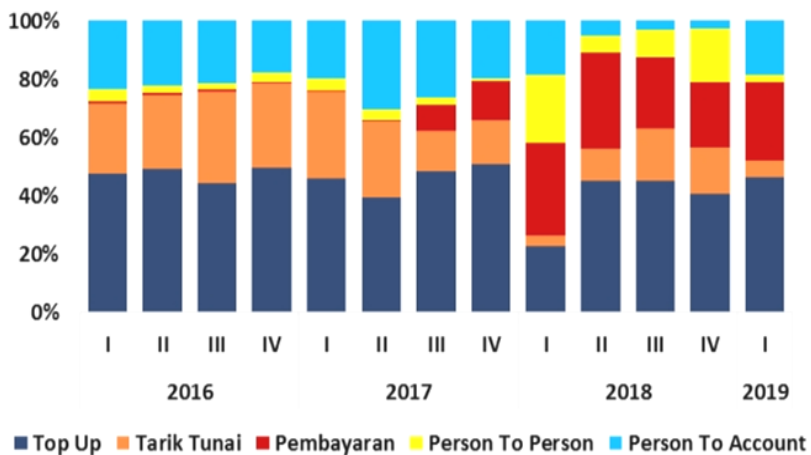
Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin modern secara otomatis kebutuhan primer semakin meningkat sehingga manusia membutuhkan uang. Uang atau alat tukar menukar adalah elemen penting pada kehidupan manusia. Perubahan alat pembayaran berkembang sangat pesat mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi serta kebutuhan manusia.⁹ Perkembangan teknologi di era digital seperti sekarang ini bertumbuh semakin cepat dari hari ke hari, teknologi juga memberikan suatu sarana atau sistem yang berfungsi untuk memberikan kenyamanan, manfaat atau berdampak positif dan negatif bagi manusia.

Dewasa ini masyarakat telah menyadari akan pentingnya alat tukar yang tidak bersifat fisik, baik kertas maupun logam, yaitu dengan alat tukar elektronik. Uang elektornik (*elektronic money*) atau *e-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektornik. Transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan internet seperti sistem penyimpanan harga digital.

Berdasarkan data dari bank Indonesia transaksi menggunakan uang elektronik mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2016 sampai tahun 2019 pertriwulan, data dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

⁹ Adiyanti, "Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya)."

Gambar 1 Transaksi Uang Elektronik di Provinsi Lampung



Sumber: Bank Indonesia, Data diolah

Di Provinsi Lampung, total transaksi pada triwulan I 2019 tercatat sebesar Rp 106,1 miliar, meningkat cukup signifikan dibandingkan dengan triwulan sebelumnya (16,8 miliar). Transaksi uang elektronik terbesar terjadi terutama untuk pengisian ulang (top up) sebesar Rp 49,3 miliar, diikuti transaksi pembayaran dan transaksi *person to account* yang masing-masing sebesar Rp 28,7 miliar dan Rp 19,8 miliar. Berdasarkan frekuensinya, transaksi pengisian ulang (top up) yang merupakan transaksi terbesar mengambil andil sebesar 41% dari total nominal transaksi. Selanjutnya transaksi terbesar kedua yaitu pembayaran sebesar 27% dan transaksi *person to account* sebesar 19%. Dengan demikian terjadinya naik turun pertriwulan di setiap tahunnya menandakan bahwa peminat uang elektronik masih kurang di kalangan masyarakat dan mahasiswa di Kota Bandar Lampung .

Uang elektronik tidak sepenuhnya digunakan, karena para pengguna lebih senang untuk melakukan transaksi secara tradisional. Banyak dari individu yang menganggap bahwa terlalu besar risiko yang ditimbulkan apabila melakukan uang elektronik. Sistem pembayaran non tunai dianggap lebih praktis karena

pengguna tidak perlu membawa uang kartal ke mana-mana. Uang elektronik atau biasa dikenal dengan istilah *e-money* memiliki dua jenis yaitu: *card-based product* dimana nilai elektronis disimpan dalam media *integrated circuit* (IC) yang tertanam dalam kartu; dan *software-based product* dimana nilai elektronis disimpan dalam bentuk *software* yang terdapat pada *personal computer* (Bank Indonesia). Produk *e-money* yang telah dikeluarkan oleh penerbit yang disahkan oleh Bank Indonesia yang sudah dilakukan di Kota Bandar Lampung diantaranya adalah Flazz dari BCA, *e-money* dari Bank Mandiri, *e-money* Bank Mega, Brizzi dari BRI, selain itu ada juga *e-money* yang berwujud aplikasi seperti T-cash dari telkomsel. XL tunai dari Axiata, Dompetku dari Indosat, OVO, Gopay, dan lain lain.

Uang elektronik memiliki keunggulan yakni lebih mengunggulkan kecepatan, kemudahan, dan efisien dibandingkan dengan instrumen pembayaran lainnya. Uang elektronik adalah alat pembayaran dengan nilai uang telah tersimpan secara elektronik pada *server* ataupun kartu serta dapat digunakan untuk transaksi-transaksi pembayaran di internet ataupun pada *merchant-merchant* yang tentunya sudah berkerja sama dengan bank penerbit uang elektronik.

Jika pengguna uang elektronik berminat menggunakan akan mendapatkan keuntungan yang begitu besar yaitu tidak adanya kejahatan dalam bertransaksi contohnya saja dalam kasus pengembalian uang belanja dan keuntungan lainnya yaitu konsumen yang menggunakan uang elektronik lebih cepat dan efisiensi untuk membayar semua belanja tidak harus mengeluarkan uang tunai terlebih dahulu cukup dengan uang elektronik saja sudah dapat dibayar. Tetapi tidak semua kalangan dapat menggunakan uang elektronik yang merupakan teknologi di masa kini. Masyarakat yang sudah berumur lanjut usia tidak terlalu paham cara menggunakannya.

Mahasiswa yang memiliki jenjang pendidikan tinggi menjadikan mahasiswa sebagai agen perubahan dituntut untuk melakukan sebagian pekerjaannya menggunakan produk-produk

teknologi yang sudah meluas di kalangan mahasiswa. Termasuk dalam sistem pembayaran yang mereka gunakan, segala kebutuhan dengan cepat didukung oleh kemajuan teknologi. Gaya hidup pun menyesuaikan di kalangan mahasiswa diberbagai universitas di Kota Bandar Lampung yang berorientasi pada acuan *trend* global, termasuk dalam hal transaksi secara langsung di pusat-pusat perbelanjaan maupun secara *online*.

Tabel 1 Jumlah Mahasiswa Tahun 2020 di Kota Bandar Lampung

NO	Nama Universitas/Institut/Akademik	Jumlah Mahasiswa
1.	Uin Raden Intan Lampung	37665
2.	Universitas Lampung	25540
3.	Universitas Bandar Lampung	7092
4.	Universitas IIB Darmajaya	4530
5.	Universitas Teknokrat Indonesia	7106
6.	Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai	3683
7.	Universitas Malahayati	4980
8.	Universitas Mitra Indonesia	2583
9.	Universitas Muhammadiyah Lampung	1886
10.	Universitas Nahdaltul Ulama Lampung	2220
11.	Universitas Tulang Bawang	2870
12.	Universitas Terbuka	3500
13.	Sekolah Tinggi Ilmu Keguruan dan Pendidikan (STKIP) PGRI	2436
14.	Sekolah Tinggi Ilmu Keguruan dan Pendidikan (STKIP) AL-ITB	475
15.	Politeknik Negeri Lampung	3250
16.	Poltekkes Kemenkes Tanjung Karang	4019
17.	Akademik Keperawatan Bunda Delima	187
18.	Akademik Kebidanan Panca Bhakti	165
19.	Akademik Teknik Radiodiagnostika & Radioterapi Patriot Bangsa Lampung	182
20.	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Adila	248
21.	Sekolah Tinggi Teknologi Nusantara	600
22.	STIT Darul Fattah Bandar Lampung	731

Sumber: pddikti.kemdikbud.go.id

Dari data diatas terdapat beberapa universitas sekitar 58.708 jumlah mahasiswa diploma dan sarjana di Kota Bandar Lampung pada tahun 2020. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa karena mereka dituntut paham dengan teknologi yang ada atau sebagai segmen pasar milenial yang akrab dengan teknologi.

Mahasiswa dalam kesehariannya lebih banyak menggunakan uang elektronik dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Tetapi ada beberapa mahasiswa dalam kesehariannya lebih menyukai menggunakan uang tunai yang mana menurut mereka lebih praktis dibandingkan dengan uang elektronik. Penelitian ini tidak hanya dilakukan terhadap mahasiswa yang berdomisili tinggal di Kota Bandar Lampung tetapi mahasiswa pendatang dari provinsi, kota dan kabupaten lainnya.

Terkait pemilihan lokasi ini dimana peneliti memilih mengambil sampel di Kota Bandar Lampung pun mempunyai alasan tersendiri, antara lain karena mahasiswa saat ini adalah generasi yang jumlahnya relatif besar, mobilitas mahasiswa yang memerlukan transportasi berbasis *e-money* yang digunakan, banyak tempat perbelanjaan yang sering di kunjungi mahasiswa menawarkan sistem pembayaran uang elektronik, dan juga terdiri dari berbagai macam universitas sehingga Kota Bandar Lampung dianggap sebagai lokasi tepat untuk mempresentasikan keputusan penggunaan uang elektronik di lingkungan mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung)”**.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Penggunaan uang elektronik berbasis aplikasi yang makin meningkat setiap tahunnya.
2. Penggunaan uang elektronik di kalangan mahasiswa di Kota Bandar Lampung sudah merata tetapi ada beberapa yang masih menggunakan uang cash.

Pembatasan masalah ini dilakukan agar mendapatkan penelitian yang fokus agar ruang lingkup penelitian tidak luas. Penelitian lebih fokus untuk menghindari hasil yang tidak diinginkan dan menyimpang dari pokok permasalahan. Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian membatasi masalah pengaruh persepsi manfaat, Persepsi kemudahan pengguna, dan persepsi risiko.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap konsumen dalam minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung ?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap konsumen dalam minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung ?
3. Bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap sikap konsumen dalam minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung ?
4. Bagaimana pengaruh sikap konsumen terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung ?
5. Bagaimana sikap konsumen memediasi persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, dan persepsi risiko terhadap

minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung ?

6. Bagaimana uang elektronik menurut perspektif ekonomi Islam ?

E. Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap konsumen dalam minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap konsumen dalam minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap sikap konsumen dalam minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.
5. Untuk mengetahui sikap konsumen memediasi persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung
6. Untuk mengetahui uang elektronik menurut pandangan ekonomi Islam.

F. Manfaat Penelitian

Dari setiap penelitian tentunya akan diperoleh hasil yang diharapkan dapat memberikan manfaat dari penulis maupun pihak lain yang membutuhkan. Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah:

1. Manfaat teoritis
 Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan referensi/ pemikiran dalam memilih objek penelitian agar

dapat bermanfaat bagi peneliti yang melakukan penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

b. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat sebagai tolak ukur daya serap yang diperoleh selama perkuliahan dalam hal tingkat pemahaman tentang manfaat, kemudahan, dan risiko terhadap minat menggunakan uang elektronik.

c. Bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam upaya mengetahui tentang uang elektronik di kota Bandar Lampung itu sendiri.

3. Bagi mahasiswa

Melalui penelitian ini mahasiswa dapat mendapatkan informasi dan lebih tahu mengenai layanan menggunakan uang elektronik yang memberikan manfaat dan kemudahan dalam bertransaksi suatu pembayaran.

G. Kajian Penelitian Dahulu yang Relevan

Berdasarkan hasil tinjauan berbagai literatur, dibawah ini merupakan beberapa penelitian yang relevan dengan tulisan ini, diantaranya:

Penelitian yang dilakukan Andrean Septa yogananda, I Made Bayu Dirgantara (2017) dengan judul jurnal, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.” Dalam penelitian ini, dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik, sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif namun

tidak signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik.¹⁰

Di sisi lain, dalam penelitian Iva novitasari dan Fitriasari Rizka (2016) dengan berjudul “Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan E-money.” Dalam penelitian ini, dengan menggunakan *covenience sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kecocokan, kegunaan, kenyamanan, dan sikap berpengaruh positif sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh negatif.¹¹

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Zachrie Karnadi, Zulkarnain, dan Alvi Furwanti Alwie (2018) dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap, Kontrol Prilaku, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank BUMN di Kota Pekanbaru.” Dalam penelitian ini, dengan menggunakan *accidental sampling*. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa minat penggunaan uang elektronik secara signifikan dan berpengaruh dipengaruhi oleh persepsi manfaat, persepsi kontrol prilaku, persepsi kemudahan penggunaan, dan normal subjektif.¹²

Kemudian dalam penelitian Panggih Rizki Dwi Istiarni, dan Paulus Basuki Hadiprajitno (2018) dengan judul jurnal “Analisa Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening”. Dengan menggunakan uji model persamaan

¹⁰ Andrean Septa Yogananda and I Made Bayu Dirgantara, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.”

¹¹ Iva Novitasari and Fitriasari Rizka, “Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan e-Money,” *E-jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Brawijaya* (2016): 1–20.

¹² Karnadi Zachrie, Zulkarnain, and Alvi Furwanti Alwie, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Keemudahan, Sikap, Kontrol Prilaku, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank BUMN Di Kota Pekanbaru,” *E-Jurnal*, no. 3 (2018): 1–15.

structural (SEM) AMOS 20.2. Hasil uji penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kredibilitas memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat penggunaan berulang melalui sikap penggunaan setidaknya pada taraf 10%. Variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan langsung terhadap sikap penggunaan dan berpengaruh secara tidak langsung minat penggunaan berulang internet banking.¹³

Dalam konteks terdapat beberapa penelitian yang mendukung antara lain karya Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Suputra dengan judul jurnal “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik”. Teknik yang digunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik.¹⁴

H. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab yang disusun sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini merupakan pembukaan dari skripsi ini yang menjelaskan penegasan variabel dalam judul, data-data dan fenomena yang latar belakang penelitian, pembatasan

¹³ Panggih Rizki Dwi Istiarni and Paulus Basuki Hadiprajitno, “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris : Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia),” *E-Jurnal Akuntans Fakultas Ekonomika dan Bisnis* 3, no. 2 (2014): 1–10.

¹⁴ Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Suputra, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik,” *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 27 (2019): 927–953.

masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat yang akan didapatkan penelitian serta tinjauan literatur penelitian sebelumnya yang relevan dengan tugas akhir ini.

BAB II: Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis

Bab ini berisi berbagai teori ataupun pemikiran-pemikiran yang berkaitan dengan penelitian, disarikan dan kajian pustaka yang dilakukan oleh penulis yang digunakan sebagai landasa dalam penelitian ini seperti teori mengenai tinjauan secara umum uang, uang elektronik secara umum, persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, persepsi risiko, minat, sikap konsumen, uang elektronik menurut ekonomi Islam, sehingga dapat dijadikan tolak ukur untuk indikator pengujian serta hipotesis yang diajukan.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini didalamnya menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian yang meliputi: waktu dan tempat pelaksanaan penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, objek penelitian, deskripsi variabel, serta teknis pengolahan data yang mencakup berbagai proses uji dalam analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini mendeskripsikan data penelitian dan menampilkan hasil analisis dari pengolahan dan instrumen penelitian, temuan empiris yang didapat serta hasil pengujian hipotesis dan interpretasi hasil dari penelitian ini.

BAB V: Penutup

Bab ini menjadi akhir dari skripsi yang berisikan kesimpulan dan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Secara Umum Uang

1. Pengertian Uang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, uang adalah “alat penukar atau standar penukar nilai yang dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak, atau logam lain yang dicetak dengan bentuk dan gambar tertentu.¹⁵ Uang juga disebut dengan nama lain seperti mata uang atau uang tunai. Suatu negara atau pemerintahan seringkali mencetak uang kertas dan membuat koin dengan standar nilai tertentu. Seiring perkembangan uang yang semakin pesat, definisi uang mempengaruhi jenis-jenis uang yang masuk dalam definisi tersebut. Ekonom mendefinisikan uang sebagai sesuatu yang secara umum diterima dalam pembayaran barang dan jasa atau pembayaran atas utang. Tetapi definisi ini masih sangat sederhana. Diperlukan definisi yang lebih kompleks dan lebih luas. Uang adalah persediaan asset yang dapat dengan segera digunakan untuk melakukan transaksi.

Uang adalah segala sesuatu yang umum diterima sebagai alat penukaran dan sebagai alat pengukur nilai, yang pada waktu bersamaan bertindak sebagai alat penimbun kekayaan. Dari definisi ini, bahwa segala sesuatu yang sudah memenuhi definisi ini sudah dianggap uang, baik itu terbuat dari logam, kertas dan benda lainnya yang sudah diterima oleh masyarakat sebagai alat penukar. Pengukur nilai dan sebagai alat penimbun kekayaan. Uang dikatakan penimpun kekayaan itu kembali ke proporsi yang menurut seseorang paling menguntungkan berdasarkan penghasilan, keamanan, dan likuiditas. Dengan demikian pengertian uang adalah sebuah alat pembayaran yang

¹⁵ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Edisi kedua*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2016), h. 1523.

diterima secara umum untuk segala macam transaksi baik baranah atau jasa.

2. Fungsi Uang

Uang merupakan bagian yang tidak dipisahkan dari denyut kehidupan ekonomi masyarakat. Stabilitas ekonomi dan pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditentukan oleh sejauh mana peranan uang dalam perekonomian oleh masyarakat dan otorita moneter. Definisi uang bisa dibagi dalam dua pengertian, yaitu definisi uang menurut hukum (*law*) dan definisi uang menurut fungsi. Definisi uang menurut hukum yaitu sesuai yang ditetapkan oleh undang-undang sebagai uang dan sah untuk alat transaksi perdagangan. Sedangkan definisi uang menurut fungsi, yaitu sesuatu yang secara umum dapat diterima dalam transaksi perdagangan serta untuk pembayaran hutang-piutang.¹⁶ Dalam fungsi ini uang digunakan untuk menyatakan utang. Uang dijadikan daya beli umum yang dapat dinyatakan dengan unit-unit yang pasti dan menurut pedoman atau ukuran.

Fungsi uang dalam perekonomian adalah sebagai alat untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan hidup. Uang mempunyai beberapa fungsi. Fungsi-fungsi uang dapat di golongkan dalam fungsi asli dan fungsi turunan. Yang termasuk fungsi asli uang adalah sebagai alat tukar dan alat satuan hitung. Sedangkan fungsi turunan mencakup standar atau ukuran pembayaran yang ditunda, alat penyimpanan kekayaan dan alat pengalih kekayaan. Uang dikenal mempunyai empat fungsi, dua diantaranya merupakan fungsi yang sangat mendasar sedangkan dua lainnya adalah fungsi tambahan. Dua fungsi dasar tersebut adalah peranan uang sebagai berikut :

a. Alat Tukar (*Means of Exchange*)

Fungsi uang sebagai alat tukar, merupakan *basic function* (fungsi utama uang). Dengan adanya uang, kegiatan tukar menukar akan jauh lebih baik mudah dijalankan jika dibandingkan dengan kegiatan

¹⁶ Yuliadi, *Ekonomi Moneter* (Jakarta: PT. Indeks, 2014), h.98.

perdagangan secara barter.¹⁷ Seseorang yang ingin memperoleh berbagai jenis barang untuk memenuhi kebutuhannya, akan dapat dengan mudah memperolehnya apabila ia memiliki uang yang cukup untuk membeli kebutuhan tersebut.

b. Alat Penyimpanan nilai/daya beli (*Store of Value*)

Fungsi uang sebagai alat penyimpan nilai, yaitu uang dapat digunakan untuk mengalihkan daya beli dari masa sekarang ke masa mendatang.¹⁸ Artinya, nilai uang tidak kadaluwarsa sebagaimana layaknya barang yang diperdagangkan. Ketika seorang menjual sesuatu, maka saat itu pula ia menerima sejumlah uang sebagai alat pembayaran atas barang dan jasa yang dijualnya, sehingga ia dapat menyimpan uang tersebut untuk membeli barang dan jasa pada masa mendatang.

c. Satuan hitung (*unit of account*)

Fungsi uang sebagai satuan hitung, menunjukkan besar kecilnya nilai yang dijadikan sebagai satuan hitung.¹⁹ Sehingga nilai suatu barang dapat dengan mudah dinyatakan dengan menunjukkan nilai jumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh barang tersebut.

d. Ukuran bayaran tertunda (*standar of deffered payment*)

Dalam fungsi ini, uang dapat digunakan sebagai alat untuk mengadakan pembayaran tertunda.²⁰ Adanya uang akan mempermudah menentukan standar pencicilan uang piutang secara tepat dan cepat, baik secara tunai maupun secara angsuran.

¹⁷ Sadono Sukirno, *Makroekonomi: Teori Pengantar*, ed. Rajawali Pers (jakarta, 2010).

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Rina Rosia, "Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Uang," *E-Jurnal Ekonomi Islam* 4 (2018), h. 3.

²⁰ Sadono Sukirno, *Makroekonomi: Teori Pengantar*.

3. Jenis Uang

Uang dapat dibedakan atas dasar pihak yang mengeluarkan, bahan uang, negara yang mengeluarkan, dan nilai uang sebagai berikut:²¹

- a. Jenis Uang Berdasarkan Pihak Yang Mengeluarkan
Berdasarkan pihak yang mengeluarkan, uang dibedakan menjadi uang kartal dan uang giral. Uang kartal adalah uang kertas atau logam yang beredar di masyarakat. Uang giral adalah alat pembayaran berupa cek, bilyet giro, dan sejenisnya.
- b. Jenis Uang Berdasarkan Bahan Uang
Berdasarkan bahan yang digunakan uang untuk membuat, uangdibedakan atas uang logam dan uang kertas. Uang logam adalah uang yang bahannya terbuat dari logam berupa emas, perak, atau logam lainnya yang beredar sebagai alat pembayaran. Sedangkan uang kertas adalah uang yang bahannya terbuat dari kertas serta penggunaanya diatur oleh undang-undang dan kebiasaan.
- c. Jenis Uang Berdasarkan Negara Yang Mengeluarkan
Berdasarkan Negara yang mengeluarkan, uang dibedakan atas uang dalam negeri (domestik/nasional) dan uang luar negeri. Uang dalam negeri adalah uang yang dikeluarkan oleh negara yang bersangkutan. Uang luar negeri adalah uang yang beredar dalam suatu negara, tetapi yang mengeluarkan adalah negara lain.
- d. Jenis Uang berdasarkan Nilai Uang
Berdasarkan perbandingan nilai bahan dengan nilai tukar, uang dibedakan atas uang bernilai penuh dan uang tidak bernilai penuh. Uang nilai penuh (*full bodied money*) adalah uang yang nilai bahannya (nilai intrinsiknya) sama dengan nilai nominal atau nilai penuh yang terdapat pada standar emas. Uang tidak bernilai penuh adalah uang yang nilai bahannya (nilai intrinsiknya) lebih kecil daripada nilai nominalnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jenis uang secara sederhana dapat

²¹ Alam S, *Ekonomi Makro* (Jakarta: Agro Media, 2016), h.164.

dijelaskan dengan uang giral dan uang kartal, namun jika dijelaskan secara mendetail jenis uang dapat dibedakan menjadi 4 yaitu berdasarkan pihak yang mengeluarkan, jenis uang berdasarkan bahan uang, jenis uang berdasarkan Negara yang mengeluarkan dan jenis uang berdasar nilai uang. Pada tahun 2007 muncul istilah baru dalam sistem pembayaran di Indonesia yaitu uang elektronik atau e-money, yang kemudian pada bulan agustus tahun 2014 dipelopori oleh Bank Indonesia dengan diluncurkannya program gerakan nasional non-tunai (GNNT), yaitu gerakan sosial penggunaan uang non-fisik (*less cash society*) sebagai bentuk pengurangan transaksi menggunakan uang fisik atau yang dikenal dengan uang kartal.

4. Evolusi Sistem Pembayaran

Fungsi dan bentuk uang mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Hal ini dapat kita lihat melalui evolusi sistem pembayaran (*payments system*). Pembayaran yang dimaksud ialah cara bagaimana transaksi dilakukan dalam perekonomian. Sistem pembayaran telah berubah sepanjang waktu, demikian pula dengan bentuk uang. Pada awalnya, emas digunakan sebagai alat pembayaran utama kemudian asset kertas seperti cek dan uang kertas mulai digunakan untuk sistem pembayaran dan dianggap sebagai uang. Bahwa sistem pembayaran berujung pada memiliki makna penting terhadap bagaimana uang akan didefinisikan di masa mendatang. Diawali dari uang komoditas (*commodity money*), dimana uang terbuat dari logam berharga atau komoditas berharga lainnya; misal, emas atau perak. Dari zaman dahulu uang komoditas dijadikan sebagai alat pembayaran utama dikalangan masyarakat kecuali masyarakat yang primitif. Tentu terdapat kelemahan atau permasalahan yang muncul dari uang komoditas ini. Selain berat, uang komoditi juga sulit untuk dibawa dalam jumlah besar.

Terlebih kalau terjadi transaksi yang mempunyai nilai besar. Kemudian munculah uang berbentuk kertas yang dinamakan uang fiat (*fiat money*). Uang fiat berarti uang kertas yang dikeluarkan oleh pemerintah sebagai alat pembayaran yang sah tetapi tidak dapat dikonversikan ke dalam bentuk koin atau logam berharga.²² Kelebihan dari uang koin adalah bentuknya yang lebih ringan. Tetapi uang kertas dapat diterima sebagai alat pembayaran jika ada kredibilitas dari otoritas yang menerbitkan uang kertas tersebut. Sama seperti uang koin, kelemahan dari uang kertas adalah mudah dicuri dan cukup mahal untuk dibawa dalam jumlah besar.

Maka untuk mengatasi permasalahan dari kelemahan alat pembayaran sebelumnya, muncullah cek, yaitu suatu tahapan baru dalam evolusi sistem pembayaran. Cek juga merupakan suatu hasil dari perkembangan perbankan modern. Pengertian cek sendiri adalah suatu instruksi dari pihak pertama ke Bank pihak pertama untuk mengirimkan uang dari rekening pihak pertama ke rekening pihak kedua ketika pihak kedua tersebut menyetorkan cek yang diterimanya. Cek menutupi kelemahan uang logam dan uang kertas, yaitu mahal jika dibawa dalam jumlah besar. Bentuk cek hanya sehelai kertas yang dapat memungkinkan terjadi transaksi dalam jumlah besar tanpa harus membawa sejumlah besar mata uang. Penemuan cek adalah suatu inovasi yang dapat meningkatkan efisiensi sistem pembayaran. Keuntungan lain dari cek adalah dapat mengurangi kerugian seandainya cek tersebut dicuri, dan karena cek memberikan bukti pembelian dengan nyaman. Tetapi terdapat juga permasalahan/kelemahan dari cek. Pertama, dibutuhkannya waktu untuk memberikan cek dari pihak pertama ke pihak kedua jika mereka berada di tempat yang berbeda, terlebih dengan kondisi membutuhkan pembayaran dengan cepat. Kedua, tingginya biaya administrasi dalam proses pencairan cek. Tahapan evolusi sistem pembayaran berikutnya adalah pada zaman teknologi yang sudah mulai maju dan berkembang,

²² Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Edisi Kedua, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000), h.227

yaitu pada saat ini. Meluasnya penggunaan internet dan juga semakin mudahnya komputer munculkan pembayaran secara elektronik.

Apabila biayanya tidaklah terlalu mahal dan sangat efisien. Beberapa bentuk dari pembayaran secara elektronik adalah *E-Banking* dan *E-money*. E-banking memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Tidak perlu mengantri di kantor cabang, tidak perlu biaya prangko untuk mengirim cek. Nasabah hanya tinggal membuka komputer dan meng-klik saja, maka transaksi sudah selesai. Terlebih sekarang muncul yang disebut dengan Smartphone, jadi bisa melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Bentuk kedua pembayaran secara elektronik ialah e-money (uang elektronik). Uang elektronik akan menggantikan posisi dari uang tunai dari sistem pembayaran. Bentuk dari e-money adalah kartu yang terdapat chips di dalamnya. Uang elektronik memudahkan masyarakat untuk berbelanja tanpa harus membawa uang tunai dalam jumlah besar. Hanya tinggal membawa kartu, menggesek maka transaksi selesai. Tidak perlu ada kembalian, karena jumlah pembelian langsung dipotong dari saldo yang ada di kartu. Tetapi terdapat kelemahan dari alat pembayaran *e-money* yang berakibat uang tunai masih dipakai di masyarakat, yaitu pertimbangan pribadi masyarakat akan keamanan, baik keamanan dari uang maupun data atau informasi dari nasabah.

Karena sekarang ini sudah banyak kejahatan berbasis teknologi yang disebut *Cyber Crime*. Menurut Bank Indonesia alat pembayaran boleh dikatakan berkembang sangat pesat dan maju. Jika kita menengok kebelakang yakni awal mula alat pembayaran itu dikenal, sistem barter antar barang yang diperjual belikan adalah kelaziman di era pra-modern. Dalam perkembangannya, mulai dikenal satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran yang lebih dikenal dengan uang. Hingga saat ini uang masih menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat. Selanjutnya alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash based*) ke alat

pembayaran non tunai (*non-cash*) seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*), misalnya, cek dan bilyet giro. Selain itu dikenal juga alat pembayaran paperless seperti transfer dana elektronik dan alat pembayaran memakai kartu (*card-based*) (Kartu Kredit, Kartu Debit dan Kartu Prabayar).

Dengan demikian perkembangan sistem pembayaran sangatlah pesat, berawal dari teknik barter, kemudian menjadi logam mulia, namun karena dinilai terlalu mahal maka diganti dengan uang barang, lalu seiring perkembangan jaman, uang mulai menjadi hal baku yaitu uang secara umum atau yang kita kenal sebagai uang fisik, berupa uang kertas dan uang logam, di era modern perkembangan uang mengikuti perkembangan jaman, mulai muncul adanya uang berbentuk elektronik dan kartu (*LessCash*) baik berupa ATM, Kartu Kredit, Uang elektronik, *E-Banking*, dan Rekening Telpon.²³

B. Uang Elektronik Secara Umum

1. Sejarah Uang Elektronik

Perkembangan E-money sendiri dimulai sejak 1960. Saat itu perusahaan komputer raksasa IBM berkerjasama dengan American Airlines menciptakan suatu sistem yang disebut SABRE (Semi-Automatic Business Research Environment) yang memungkinkan kantor-kantor American airlines untuk dipasangkan dengan terminal yang terhubung dengan jaringan telpon yang memungkinkan perusahaan mengecek secara langsung jadwal keberangkatan, ketersediaan kursi, dan secara digital membuat pesanan yang kemudian bisa dibayarkan menggunakan sistem kredit. Tahun 1970an Bank di Amerika dan Eropa telah menggunakan mainframe komputer untuk melacak transaksi antar cabang bank lain, sistem ini terbukti

²³ Mishkin Frederic, *Subprime Crisis Preview Chapter for the Economics of Money, Banking, and Financial Markets* (Jakarta : Penerbit Andi, 2012), h.284.

sukses melewati batasan Internasional pertukaran kurs dibutuhkan.²⁴

2. Pengertian Uang Elektronik

Secara umum, uang elektronik atau dalam bahasa Inggris *electronic money* adalah sebuah alat pembayaran yang menggantikan uang konvensional, dapat digunakan dan didistribusikan sebagai alat tukar yang disimpan dalam format digital di sebuah komputer atau micro chip dalam sebuah kartu.

Bank for International Settlement (BIS) dalam salah satu publikasinya pada bulan Oktober 1996 memberikan definisi e-money sebagai *“stored-value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer’s possession”* (produk stored-value atau prepaid dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang).²⁵ Media tersebut dapat berupa *server* atau *chip*.

Uang elektronik merupakan alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang, dan nilai uang elektronik yang sudah disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Adapun beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan e-money dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain :

²⁴ Mayadina Rahma, “sejarah uang elektronik” <https://ilmupengetahuan.blogspot.com/sejarah-uang-elektronik> diunduh pada tanggal 20 Juli 2018.

²⁵ Yacobus Bayu H, “Legalitas Kedudukan Hukum Pedagang Uang Elektronik (Electronic Money Exchanger) Dalam Sengketa Jual Beli Uang Elektronik,” *E-Jurnal Hukum Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Atmajaya Jogjakarta* (2014), h. 3.

- a. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (micro payment), disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan uang elektronik.
- b. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan uang elektronik (e-money) dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan aktru kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi online , tanda tangan maupun pin. Selain itu, dengan transaksi off-line, maka biaya komunikasi dapat dikurangi.
- c. Elektronik value dapat diisi ulang kedalam kartu e-money melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer.²⁶ Issuer ialah penerbit yang menyediakan uang elektronik.

Uang elektronik diatur dalam Peraturan BI (PBI) Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektornik (electronic money). Uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Diterbitkan atas dasar uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*.
- c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- d. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana di maksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

²⁶ Nur Fitri Pratiwi, “*Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) tbk di Makassar*”(Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin Makassar, 2015), h. 18.

Dilihat dari media yang digunakan, ada dua tipe produk uang elektronik, sebagai berikut.

- a. *Prepaid card/kartu prabayar/electronic purses*, dengan karakteristik:
 - 1) Nilai uang konveksi menjadi “nilai ekonomis” dan disimpan dalam suatu *chip (integrate circuit)* yang tertanam pada kartu.
 - 2) Mekanisme pemindahan dan dilakukan dengan cara memasukan kartu ke alat *card reader*.
 - 3) *Prepaid software* (disebut juga *digital cash*), dengan karakteristik:
 - a. Nilai uan dikonversi menjadi “nilai elektromis” dan disimpan dalam suatau hard disk komputer.
 - b. Mekanisme pemindahan dana dilakukan secara *online* melalui suatu jaringan komunikasi seperti internet, pada saat melakukan pembayaran.

Nilai uang elektronik adalah nilai uang yang di simpan secara elektronik pada suatu media yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana. Penerbit uang elektronik meliputi lembaga bank atau lembaga selain bank (LSB). Di Indonesia, uang elektronik diterbitkan oleh sejumlah bank dan perusahaan operator telekomunikasi, penyelenggaran uang elektronik melibatkan, prinsipal, penerbit, *acquirer*, pedagang, penyelenggaran kliring, dan penyelenggaran penyelesaian akhir.

Pemegang adalah pihak konsumen yang menggunakan uang elektornik. Prinsipal adalah bank atau LSB yang bertanggung jawab atas pengelolaan sistem dan/atau jaringan antar anggotannya, baik yang berperan sebagai penerbit dan/atau *acquirer*, dalam transaksi uang elektronik yang kerja sama dengan anggotanya didasarkan atas penerbit adalah bank atau LSB menerbitkan uang elektronik. *Acquirer* adalah bank atau LSB yang melakukan kerja sama dengan pedagang, yang dapat memproses data uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak lain. Dengan kata lain, *acquirer* merupakan “pihak penghubung” antara penerbit dengan pedagang. Pedagang

(merchant) adalah penjual barang dan/jasa yang menerima transaksi pembayaran dari pemegang.

Penyelenggaraan kliring adalah bank atau LSB yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau acquirer dalam rangka transaksi uang elektronik. Penyelenggara penyelesaian akhir adalah bank atau LSB yang melakukan dan bertanggung jawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau acquirer dalam rangka transaksi uang elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring. Bank atau LSB yang akan melakukan kegiatan sebagai penyelenggara kliring dan/atau penyelenggara penyelesaian akhir wajib memperoleh izin dari BI.

3. Jenis-jenis Transaksi pada Uang Elektronik

Jenis-jenis transaksi dengan menggunakan uang elektronik secara umum yang terdapat dalam layanan :

a. Penerbitan (*Issuance*) dan Pengisian Ulang (*Top-up* atau *Loading*)

Pengisian ulang kedalam media uang elektronik dapat dilakukan terlebih dahulu oleh penerbit sebelum dijual kepada pemegang.²⁷ Untuk selanjutnya pemegang dapat melakukan pengisian ulang (*Top-up*) yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui penyetoran uang tunai, melalui pendebitan rekening dibank, atau melalui terminal-terminal pengisian ulang yang telah dilengkapi peralatan khusus oleh penerbit.

b. Transaksi Pembayaran

Transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik pada prinsipnya dilakukan melalui pertukaran nilai uang dalam bentuk data elektronik dengan barang antara pemegang dan pedagang dengan menggunakan protokol yang telah ditetapkan sebelumnya.

²⁷ Choiril Anam, "E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syariah," *E-Jurnal* 2 (2018), h. 95–110.

c. Transfer

Transfer dalam transaksi uang elektronik adalah fasilitas pengiriman nilai uang elektronik antar pemegang uang elektronik melalui terminal-terminal yang telah dilengkapi dengan peralatan khusus oleh penerbit.

d. Tarik tunai

Tarik tunai adalah fasilitas penarikan tunai atas nilai uang elektronik yang tercatat pada media uang elektronik yang dimiliki pemegang yang dapat dilakukan setiap saat oleh pemegang.

e. Refund Redeem

Refund redeem adalah penukaran nilai uang elektronik kepada penerbit, baik yang dilakukan oleh pemegang saat nilai elektronik tidak terpakai atau masih tersisa pada saat pemegang mengakhiri penggunaan uang elektronik dan atau masa berlaku media uang elektronik telah berakhir.²⁸

Yang dilakukan oleh pedagang pada saat penukaran nilai uang elektronik yang diperoleh pedagang dari pemegang atas transaksi jual beli barang pada penerbit.

C. Persepsi Manfaat

Mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.²⁹ *perceived usefulness* (persepsi manfaat) didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa

²⁸ Ibid, h.95-110.

²⁹ Dita Monica Sekarini dan I Made Sukresna, "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pengguna E-Toll Card Tahun 2015 Di Kota Semarang)," *E-Jurnal*, 5 (2016),h.3.

sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Guna membentuk konstruk persepsi manfaat menggunakan 6 buah item yaitu :

1. Membuat pekerjaan menjadi lebih cepat (*Work more quickly*)
Penggunaan teknologi dapat membuat pekerjaan menjadi lebih cepat dan menghemat waktu.
2. Kinerja pekerjaan (*Job performance*)
Penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas maka akan dapat mempermudah kinerja pekerjaan seseorang. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.
3. Meningkatkan produktivitas (*Increase productivity*)
Pekerjaan yang lebih cepat dengan menggunakan teknologi maka akan dapat meningkatkan produktivitas seseorang dalam bekerja.
4. Efektif (*Efferctiveness*)
Penggunaan teknologi lebih memberikan dampak yang positif terhadap pekerjaan atau aktivitas.
5. Membuat aktivitas menjadi mudah (*Makes job easier*)
Dengan menggunakan teknologi membuat aktivitas yang dilakukan seseorang menjadi mudah.
6. Bermanfaat (*Usefull*)
7. Penggunaan teknologi memberikan manfaat membantu individu dalam kegiatannya.

Allah SWT berfirman dalam QS. As-Shad: 27 dan QS. Ali-imran: 191 bahwa Allah menciptakan segala sesuatunya pasti mengandung manfaat di dalamnya.

وَمَا خَلَقْنَا السَّمَاءَ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا بَطْلًا ۚ ذَٰلِكَ ظَنُّ الَّذِينَ كَفَرُوا ۖ فَوَيْلٌ

لِلَّذِينَ كَفَرُوا مِنَ النَّارِ ﴿٢٧﴾

Artinya: "Dan Kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada di antara keduanya tanpa hikmah. Yang demikian itu adalah anggapan orang-orang kafir, maka celakalah orang-orang kafir itu karena mereka akan masuk neraka." (QS. As-Shad:27)

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ

السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَٰذَا بَطْلًا ۚ سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ﴿٢٨﴾

Artinya : "(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk atau dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), *Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia; Maha Suci Engkau lindungilah kami dari azab nereka.*"n(QS. Ali-Imran:191)

Berdasarkan ayat tersebut membuktikan bahwa penciptaan alat-alat baru atau teknologi hendaknya memberikan manfaat kepada manusia. Selain memberikan manfaat sebuah teknologi hendaknya juga dapat memberikan kemudahan bagi manusia.

D. Persepsi Kemudahan Pengguna

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkat dimana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan

interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

Persepsi kemudahan pengguna dibangun oleh beberapa unsur yaitu:

1. Mudah dipejajari (*easy of learn*)
Penggunaan sebuah teknologi mudah untuk dipelajari. Dalam penelitian ini maksudnya adalah bahwa cara penggunaan uang elektronik mudah dipelajari.
2. Mudah untuk menjadi mahir/terampil (*easy to become skillful*)
Penggunaan teknologi mudah untuk dipelajari maka dapat membuat seseorang menjadi trampil dan menggunakannya dan tidak mengalami kebingungan dalam penggunaannya. Hal tersebut mengandung maksud bahwa karena penggunaan uang elektronik mudah dipelajari maka pengguna dapat dengan mahir menggunakannya suatu sistem atau teknologi.
3. Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)
Cara penggunaan sebuah teknologi dalam hal ini uang elektronik jelas dan dapat dengan mudah dipahami. Fitur yang tersedia jelas dalam melakukan transaksi pembayaran.
4. Mudah untuk digunakan (*easy to use*)
Sebuah teknologi dalam hal ini uang elektronik mudah untuk digunakan dalam melakukan transaksi pembayaran.
5. Fleksibel (*flexible*)
Sebuah teknologi (uang elektronik) fleksibel untuk digunakan artinya dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.
6. Dapat dikontrol (*controllable*)
Penggunaan sebuah teknologi dapat dikontrol dan jarang melakukan kesalahan dalam penggunaannya.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al- A'la: 8

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ ﴿٨﴾

Artinya: “*dan akan Kami mudahkan bagimu jalan yang mudah.*”
(QS. Al-A'la: 8)

Dalam tafsirannya bahwa ayat tersebut menunjukkan bahwa Tuhan akan memberikan jalan yang sangat mudah dalam setiap urusan kepada umat-Nya. Hal ini berarti Allah mengajurkan dan memperbolehkan umat-Nya untuk melakukan segala pekerjaan yang tidak menyulitkan dirinya dalam segala urusan selama kemudahan tersebut tidak bertentangan dengan syariat Islam termasuk juga dalam melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik.

E. Persepsi Risiko

Persepsi risiko ialah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidak pastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan. Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan.³⁰ Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko sebagai berikut:

1. Berupa adanya risiko tertentu
2. Mengalami kerugian
3. Pemikiran bahwa berisiko

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Hasyr: 18

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَتَنْظُرُوْا نَفْسَكُمْ مَّا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا

اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿١٨﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri

³⁰ Ibid, h. 4.

memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Kandungan dalam ayat tersebut ialah risiko atau kerugian yang diakibatkan oleh proses internal yang kurang memadai, kegagalan proses internet, kesalahan manusia, kegagalan sistem dan adanya kejadian-kejadian eksternal pada layanan uang elektronik.

F. Minat

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan.³¹ Menurut Kolter dan Keller “*customer buying decision is all their expericence in learning, choosing, using, even disposing of a product*”. Yang kurang lebih memiliki arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh sifat-sifat budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Faktor-faktor psikologi yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah motivasi, belajar, perspesi, mempengaruhi dalam pengambilan keputusan sehingga menimbulkan niat pada seseorang hingga akhirnya melakukan pembelian. Pengukuran minat untuk menggunakan ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang.

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-imran: 114

³¹ Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Suputra, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektornik.”

يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
أُوذِيَ عُونَ فِي الْخَيْرَاتِ وَأُولَئِكَ مِنَ الصَّالِحِينَ ﴿١٤﴾

Artinya: “dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga).”

Ayat di atas menggambarkan keinginan, hasrat dan minat manusia seperti minat terhadap lawan jenis, terhadap anak-anak yang didambakan kehadirannya setelah membangun keluarga dengan perkawinan yang halal dan sah, minat terhadap harta, uang untuk memenuhi keperluan hidupnya.

G. Sikap Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Dalam mengenal konsumen diperlukan pemahaman mengenai perilaku konsumen yang merupakan perwujudan seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan nyata individu atau kumpulan individu, misalnya suatu organisasi yang dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan.

Perilaku konsumen suatu studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide. Perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang langsung terlibat dalam jasa, termasuk di dalamnya proses

pengambilan keputusan.³² Definisi sederhana ini mengandung konsep penting. Pertama, konsumen tidak dapat mengelak dari proses pertukaran dimana segala sumber transfer di antara kedua belah pihak. Proses pertukaran melibatkan serangkaian langkah-langkah, dimulai dengan tahap perolehan atau akuisisi, lalu ketahap konsumsi dan berakhir dengan diposisi produk atau jasa.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang pelanggan jika mereka puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinan untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan pelanggan dibagi dua macam yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan fisiologis. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan sedangkan kepuasan fisiologis merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk.

Perilaku konsumen perlu dipelajari untuk mengetahui karakteristik konsumen dalam memasarkan suatu produk. Pemahaman tentang konsumen dan proses konsumsi akan menghasilkan sejumlah manfaat, yang diantaranya adalah kemampuan untuk membantu para manajer mengambil keputusan, memberikan para peneliti pemasaran pengetahuan dasar ketika menganalisis konsumen membantu legislatif negara serta pembuat peraturan menciptakan hukum dan peraturan yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan barang atau jasa, dan membantu konsumen menengah dalam pengambilan keputusan yang lebih baik perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

³² Umar Husein, *Penelitian Untuk Skripsi Dan Thesis Bisnis*, ed. Raja Grafindo Persada (jakarta, 2011).

Subyek ini dapat dibagi dari beberapa perspektif yaitu: (1) pengaruh konsumen, (2) menyeluruh, (3) antar budaya.³³ Kategori-kategori ini akan bertumpang tindih sampai jangkauan tertentu. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang dengan berbagai alasan, berhasrat mempengaruhi atau mengubah perilaku itu termasuk mereka yang kepentingan utamanya adalah pemasaran, pendidikan, dan perlindungan konsumen serta kebijakan umum.

Teori tingkah laku konsumen dapat dibedakan dalam dua macam pendekatan: pendekatan nilai guna (cardinal utility) dan pendekatan nilai guna ordinal. Dalam pendekatan nilai guna cardinal dianggap manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Dalam pendekatan nilai guna ordinal, manfaat atau kenikmatan yang diperoleh masyarakat dari mengkonsumsi barang-barang tidak dikuantifikasikan. Seorang baginya seorang konsumen tidak hanya menginginkan satu macam saja, tetapi ia membutuhkan banyak dan beragam barang.

Tiap-tiap macam barang itu ada gunanya bagi konsumen yang bersangkutan, ada barang yang gunanya tinggi, ada yang gunanya sedang, dan sebaliknya juga ada yang gunanya rendah. Analisis perilaku konsumen dengan pendekatan kardinal menggunakan asumsi bahwa kepuasan seorang konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang dapat diukur dengan satuan kepuasan yang akan diperoleh konsumen tersebut dalam jumlah tertentu. Tambahan kepuasan yang diperoleh dari penambahan jumlah barang yang dikonsumsi ini disebut kepuasan marjinal.

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada diluar diri manusia (eksternal) dan faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia (internal). Faktor eksternal yang utama adalah faktor kebudayaan dan sosial, sedangkan faktor internal yang utama adalah faktor pribadi dan psikologis.

³³ Timothy A.Judge Stephen P.Robbins, *Perilaku Organisasi*, ed. Salemba Empat Wijaya Grand Center (jakarta, 2012).

Perilaku konsumen dapat diartikan adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan keinginan yang ada pada dirinya dan memperoleh manfaat setelah mengkonsumsi terhadap pilihan dari keputusan yang telah diambil, manfaat itu dipaparkan menjadi dua bentuk yaitu nilai guna cardinal dan nilai guna ordinal atau dapat dikatakan nilai guna yang kepuasannya dapat dihitung, dan nilai guna yang kepuasannya tidak dapat dihitung. Selain itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil tindakannya antara lain dari faktor budaya, sosial, psikologi, personal.

Dalam kajian Islam perilaku konsumen sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah : 168 yang berbunyi :

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Ayat berikut ini turun tentang orang-orang yang mengharamkan sebagian jenis unta/sawaib yang dihalalkan, (Hai sekalian manusia, makanlah yang halal dari apa-apa yang terdapat di muka bumi) halal menjadi hal (lagi baik) sifat yang memperkuat, yang berarti nak dan lezat, (dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah yang nyata bagimu) artinya jelas dan terang permusuhanannya itu.

Kotler mengatakan bahwa, “perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis”.³⁴ Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

³⁴ Ibnu Hajar Al Asqalani, *Bulughul Maram Dan Penjelasannya*, ed. Ummul Qura (jakarta, 2015), h. 1134.

b. Faktor Budaya.

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas terhadap perilaku konsumen.³⁵ Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Masing-masing budaya terdiri dari sejumlah sub-budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Subbudaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

Pada dasarnya, semua masyarakat manusia memiliki stratifikasi sosial. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial, pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku serupa.

Kelas sosial memiliki beberapa ciri. Pertama, orang-orang didalam kelas sosial yang sama cenderung berperilaku lebih seragam dari pada orang-orang dari dua kelas sosial yang berbeda. Kedua, orang merasa dirinya menempati posisi inferior atau superior dikelas sosial mereka. Ketiga, kelas sosial ditandai oleh sekumpulan variabel seperti pekerjaan, penghasilan, kesejahteraan, pendidikan, dan orientasi nilai-bukannya satu variabel. Keempat, individu dapat pindah dari satu tangga ke tangga lain pada kelas sosialnya selama masa hidup mereka. Besarnya mobilitas itu berbeda-beda, tergantung pada seberapa kaku stratifikasi sosial dalam masyarakat tertentu.

c. Faktor sosial.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan

³⁵ Ibid, h.7.”

akan dilakukan oleh seseorang.³⁶ Masing-masing peran menghasilkan status selain faktor budaya, perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya sebagai berikut:

1) Kelompok Acuan

Kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok ini biasanya disebut dengan kelompok keanggotaan, yaitu sebuah kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung terhadap seseorang. Adapun anggota kelompok ini biasanya merupakan anggota dari kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja yang berinteraksi dengan secara langsung dan terus menerus dalam keadaan yang informal. Tidak hanya kelompok primer, kelompok sekunder yang biasanya terdiri dari kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan juga dapat disebut sebagai kelompok keanggotaan.

2) Keluarga

Dalam sebuah organisasi pembelian konsumen, keluarga dibedakan menjadi dua bagian. Pertama keluarga yang dikenal dengan istilah keluarga orientas. Keluarga jenis ini terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang yang dapat memberikan orientasi agama, politik dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Kedua, keluarga yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak yang dimiliki seseorang. Keluarga jenis ini biasa dikenal dengan keluarga prokreasi.

3) Peran dan Status

Hal selanjutnya yang dapat menjadi faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang

³⁶ Ibid, h. 7.

adalah peran dan status mereka di dalam masyarakat. Semakin tinggi peran seseorang didalam sebuah organisasi maka akan semakin tinggi pula status mereka dalam organisasi tersebut dan secara langsung dapat berdampak pada perilaku pembeliannya. Contoh seorang direktur di sebuah perusahaan tentunya memiliki status yang lebih tinggi dibandingkan dengan seorang supervisor, begitu pula dalam perilaku pembeliannya. Tentunya, seorang direktur perusahaan akan melakukan pembelian terhadap merek-merek yang berharga lebih mahal dibandingkan dengan merek lainnya.

d. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup pembeli. Faktor ini juga berpengaruh terhadap hal yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian atas barang dimana keadaan ekonomi dan pekerjaan menjadi hal terpenting ketika pendapatan seorang konsumen memadai maka ia akan mengambil keputusan menggunakan sedikit dari hasil gajinya untuk berbelanja.³⁷ Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

1) Usia dan Siklus Hidup Keluarga

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya yang dimana setiap kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga.

³⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, ed. Alfabeta (Bandung, 2013).

2) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Pekerjaan dan lingkungan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Contohnya, direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara, keanggotaan di klub khusus, dan membeli mobil mewah. Selain itu, biasanya pemilihan produk juga dilakukan berdasarkan oleh keadaan ekonomi seseorang seperti besaran penghasilan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung.³⁸

3) Gaya Hidup

Gaya hidup dapat di artikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Tetapi, kelas sosial dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya sebuah gaya hidup yang sama. Melihat hal ini sebagai sebuah peluang dalam kegiatan pemasaran, banyak pemasar yang mengarahkan merek mereka kepada gaya hidup seseorang. Contohnya, perusahaan telepon seluler berbagai merek berlomba-lomba menjadikan produknya sesuai dengan berbagai gaya hidup remaja yang modern dan dinamis seperti munculnya telepon selular dengan fitur multimedia yang ditujukan untuk kalangan muda yang kegiatan tidak dapat lepas dari berbagai hal multimedia seperti aplikasi pemutar suara, video, kamera dan sebagainya. Atau kalangan bisnis yang menginginkan telepon seluler yang dapat menunjang berbagai kegiatan bisnis mereka.

2. Minat Konsumen

Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang

³⁸ Fred Luthans, *Perilaku Organisasi*, ed. Penerbit Andi (Yogyakarta, 2015).

berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel minat untuk memprediksi perilaku konsumen dimasa yang akan datang.

Minat beli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap obyek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut. Sebaliknya jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untuk menghindari obyek yang bersangkutan. Implikasinya dalam pemasaran adalah untuk kemungkinan orang tersebut berminat untuk membeli produk atau merek yang ditawarkan pemasaran atau tidak.³⁹ Menurut Ferdinand minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.
- b. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- c. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- d. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

³⁹ Faradiba dan Sri Rahayu Tri Astuti, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen," *E-Jurnal* 2 (2013), h. 1-11.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian

Konsumen dimanapun dan kapanpun akan dihadapkan dengan sebuah keputusan pembelian untuk melakukan transaksi pembelian. Dimana konsumen akan membandingkan atau mempertimbangkan satu barang dengan barang yang lainnya untuk mereka konsumsi. Beberapa faktor yang membentuk minat beli konsumen⁴⁰ yaitu:

- a. Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu, intensitas sifat negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.
- b. Faktor situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah dia percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak.

Dalam melaksanakan niat pembeli, konsumen tersebut dapat membuat lima sub keputusan pembelian sebagai berikut:⁴¹

- a. Keputusan merk
- b. Keputusan pemasok
- c. Keputusan kuantitas
- d. Keputusan waktu
- e. Keputusan metode pembayaran

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan kebutuhannya dalam menggunakan suatu produk, berdasarkan hal tersebut maka

⁴⁰ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Kedua Bela. (jakarta: PT Index. Kelompok Gramedia, 2009).

⁴¹ D. Durianto dan Liana. C, “Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh Di Jakarta Dan Sekitarnya Dengan Menggunakan Consumen Decision Model,” *E-jurnal Ekonomi Perusahaan* 11 no 1 (2004): 35–55.

analisa mengenai proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan, maka cara terbaik untuk mempengaruhi adalah mempelajari apa yang difikirkannya, dengan demikian akan didapatkan tidak hanya sekedar informasi tentu lebih bagaimana proses informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya. Hal ini yang dinamakan “The Buying Process” (proses pembelian). Proses pembelian meliputi 5 hal yaitu:

- a. *Need* (kebutuhan)
Proses pembelian berawal dari adanya kebutuhan yang tak harus dipenuhi atau kebutuhan yang muncul pada saat itu dan memotivasi untuk melakukan pembelian.
- b. *Recognition* (pengenalan)
Kebutuhan belum cukup untuk merangsang terjadinya pembelian karena mengenali kebutuhan itu sendiri untuk dapat menetapkan sesuatu untuk memenuhinya.
- c. *Search* (Pencarian)
Merupakan bagian aktif dalam pembelian yaitu mencari jalan untuk mengisi kebutuhan tersebut.
- d. *Evaluation* (evaluasi)
Suatu proses untuk mempelajari semua yang didapat selama proses pencarian dan mengembangkan beberapa pilihan.
- e. *Decision* (keputusan)
Langkah terakhir dari suatu proses pembelian untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diteima.

H. Uang Elektronik Menurut Ekonomi Islam

1. Hukum Transaksi Dalam Islam

Dalam ekonomi islam hukum transaksi menggunakan uang elektronik adalah halal, kehalalan ini berdasarkan kaidah fiqh:

“pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharmkannya”.

Ini mengandung arti bahwa hukum islam memberi kesempatan luas bagi perkembangan berbagai macam muamalat baru sesuai kaidah yang diterapkan. Dalam kaidah tersebut menjelaskan bahwa semua transaksi muamalah hukumnya boleh kecuali ada dalil yang mengharmkannya, oleh karena itu uang elektronik harus memenuhi kriteria dan ketentuan sesuai dengan prinsip-prinsip serta nilai-nilai ekonomi Islam diantaranya yaitu:

a. *Adl* (Keadilan)

Keadilan (*adl*) merupakan nilai paling asasi dalam ajaran Islam. Menegakan keadilan dan membrantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para Rasul-nya. Terminologi keadilan dalam Al-qur'an disebutkan dalam berbagai istilah, antara lain '*adl, qisth, mizan, hiss, qasd*, atau variasi espresi tidak langsung. Dengan berbagai muatan '*adil*' tersebut, secara garis besar keadilan dapat didefinisikan sebagai sesuatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan dimata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, hak menikmati pembangunan dan tidak adanya pihak yang dirugikan serta adanya keseimbangan dalam aspek kehidupan.

b. Khilafah

Nilai khilafah secara umum berarti bertanggung jawab sebagai pengganti atau utusan Allah di alam semesta. Makna khilafah dapat dijabarkan lebih lanjut menjadi beberapa pengertian sebagai berikut:

2. Tanggung jawab berperilaku ekonomi dengan cara yang benar.
3. Tanggung jawab untuk mewujudkan masalah maksimum.
4. Tanggung jawab perbaikan kesejahteraan setiap individu

c. *Takaful*

Islam mengajarkan bahwa seluruh manusia adalah bersaudara. Sesama orang Islam adalah saudara dan belum sempurna iman seseorang sebelum ia mencintai saudara melebihi cintanya pada diri sendiri. Hal ini yang mendorong manusia untuk mewujudkan hubungan baik di antara individu dan masyarakat melalui konsp penjaminan oleh masyarakat atau *takaful*.

Dalam perspektif syariah transaksi menggunakan uang elektronik terdapat tiga akad transaksi, yaitu:

1) Akad Sharf (Jual Beli Mata Uang)

Sharf menurut bahasa artinya kelebihan, tambahan, menolak. Sedangkan menurut istilah sharf adalah pertukaran dua jenis barang atau jual beli uang dengan uang atau disebut jual valas. Dasar ayat hukum transaksi Al-sharf dituliskan dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa Ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
بِإِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Larang membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh oarang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan satu kesatuan.*

Dan Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ وَوَعَدَهُ
مِنْ رَبِّهِ ۖ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya : Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian ini, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli dan mengaramkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Dengan dipersamakannya uang elektronik dengan uang, maka pertukaran nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik adalah pertukaran atau jual beli mata uang sejenis, yang dalam fiqh muamalah disebut dengan a-sharf, yaitu tukar-menukar atau jual beli mata uang. Adapun syarat-syarat jual beli mata uang atau Al-sharf pada yaitu :

- a. *Taqabudh* (Tunai)
Kedua pihak harus melakukan transaksi secara langsung pada lokasi atau tempat sebuah terpisah. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah terjadinya *riba nasi'ah* yaitu riba yang timbul dikarenakan adanya penagguhan penyerahan dan penerimaan barang.
- b. *Al-Tamatsul* (kadar atau jumlahnya harus sama)
Al-Tamatsul yaitu apabila suatu jenis dijual dengan jenis yang sama, seperti perak dijual dengan perak atau emas dijual dengan emas, sehingga *Tamatsul* yang disyaratkan dalam jual beli, karena jual beli ini tidak boleh dilakukan kecuali jika kadar dan timbangannya sama.
- c. Tidak ada *khiyar* (menentukan pilihan lebih tinggi atau lebih rendah)
Khiyar menurut istilah para ahli fikih adalah hak yang dimiliki salah satu atau seluruh pihak akad untuk melanjutkan atau membatlkannya, tidak boleh memberi syarat antara dua orang yang bertransaksi dalam jual beli ini, karena sudah ada *qabadh* yang merupakan syarat mutlak sahnya jual beli ini.
- d. Tidak boleh ditangguhkan
Pada transaksi *sharf* kedua belah pihak atau salah satu pihak yang bertransaksi tidak boleh menangguhkan penyerahan uang untuk jangka waktu tertentu, karena uang tersebut harus diterima dan jatuh sebagai hak milik sempurna masing-masing pihak sebelum mereka berpisah, karena dengan menangguhkan dapat memperlambat kepemilikan sempurna terhadap uang, hal ini bertentangan dengan syarat tunai (*Al-Taqabudh*).

Akad-akad lain yang terkait yang digunakan dalam penyelenggaraan uang elektronik adalah akad *Sharf*, yaitu tukar-menukar atau jual beli uang. Namun dalam implementasinya, penyelenggaraan uang elektronik dapat dilengkapi oleh akad-akad lain, yaitu:

1) *Akad Wakalah* (Pemberian Kuasa)

Wakalah menurut bahasa artinya al-hifdz, al-kifaah, ad-dhaman, dan at-tawfidh atau penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat yaitu pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada yang lain dalam hal-hal yang diwakilkan.

Uang elektronik memiliki *akad wakalah* yang digunakan, seperti dalam hal penerbit berkerja sama dengan pihak lain untuk dijadikan agen penerbit atau terdapat bentuk perwakilan lain dalam transaksi uang elektronik. *Akad wakalah* juga diterapkan dalam pembayaran kepada pedagang (*merchant*) dimana penerbit dapat mewakili pemegang kartu dalam melakukan transaksi pembayaran.

2) *Akad Ijarah* (sewa)

Menurut ulama Syafi'iyah definisi Ijarah adalah transaksi yang terdapat manfaat tertentu yang dibolehkan, dapat digunakan dengan bayaran tertentu. Adapun menurut fatwa DSN MUI NO.09/DSN-MUI/IV/2000 dan No. 112/DSN-MUI/I/2017 ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembyaran sewa. Manfaat jasa yang disewakan adalah sesuatu yang dibolehkan menurut ketentuan syariat dan dapat dimanfaatkan.

2. Prinsip-prinsip Syariah dalam Transaksi

Dalam konteks ekonomi, kegiatan muamalah terdapat aturan-aturan yang telah tertuang dalam Al-quran dan Hadits dalam membatasi kegiatan ekonomi yang tujuannya untuk melindungi manusia dari hal-hal yang merugikan.⁴² Karena semua perilaku manusia segala sesuatu kegiatan yang dikaitkan dan diatur sesuai syariat agama islam.

Adapun prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan transaksi antara lain:

a. Tidak Mengandung Maysir

Menurut peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 maysir didefinisikan sebagai transaksi yang mengandung perjudian, untung-untungan atau spekulatif yang tinggi. Secara teknisnya setiap pihak yang kalah dalam permainan akan adanya diambil sesuatu yang berupa materi untuk pihak yang menang.⁴³ Maysir diperoleh dengan mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa berkerja atau sering juga disamakan dengan berjudi.

b. Tidak Menimbulkan Riba

Riba merupakan permasalahan pelik dan kontroversi dalam pembahasan ekonomi islam. Riba berasal dari kata r-b-w yang memiliki arti tambahan atau bertambah besar.⁴⁴ Tambahan yang dimasukkan, tambahan atas modal pokok yang diperoleh dengan cara yang batil.

Namun dalam teknologi saat ini banyak sekali penawaran dari pihak penerbit seperti warung, toko, outlet, pasar, bahkan kantin makan yang bersedia dibayar pakai e-money dan menawarkan potongan

42 Nur Rianto Al Arif dan Euis Amelia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, ed. Kencana Premadamedia Group (jakarta, 2014),h.43.

43 Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, ed. Era Adicitra Intermedia (Solo, 2011).

44 Rina Rosia, "Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Uang, *E-Jurnal Ekonomi Islam* 4 (2018), h. 9."

harga, diskon atau cashback yang bikin semua orang tertarik. Dibalik semua itu, diskon-diskon itu kemudian dipermasalahkan kehalalnya dari beberapa pihak. Cashback dalam persaingan bisnis yaitu seolah-olah kita membeli suatu barang, maka kita akan mendapatkan uang kembalian sekian persen dari harga.

Cashback dianggap penyebab riba, karena adanya cashback atau diskon ini dianggap menjadi ‘manfaat’ (المنفعة) pada akad qardh, yaitu hutang piutang atau akad pijam meminjam.

Padahal menurut ketentuan syariah bahwa dalam akad pinjam uang, tidak boleh adanya manfaat. Manfaat disini maksudnya ada kelebihan uang pinjaman. Misalnya meminjamkan uang sejuta rupiah, maka pengambilannya harus sejuta juga. Tidak boleh adanya kelebihan. Jika sampai disepakati harus ada tambahan, maka akadnya menjadi riba yang diharamkan, berdasarkan sabda Nabi SAW :

كُلُّ قَرْضٍ جَرَّ مَنَفْعَةً فَهُوَ رِبَا

Artinya : Setiap qardh (pinjaman uang) yang memberikan manfaat (keuntungan), maka dia riba.

maka dari istidilal seperti inilah kemudian bermunculan fatwa yang intinya mengharamkan jual-beli pakai uang elektronik dengan alasan adanya cashback atau diskon.

c. Gharar

Menurut bahasa, gharar yang berarti Al-Khathru (bahaya atau resiko). Sedangkan menurut terminologi bay” algharar adalah setiap akad jual beli yang mengandung resiko atau bahaya salah satu pihak sehingga mendatangkan kerugian finansial. Hal

tersebut karena adanya keraguan atau ketidakjelasan dalam obyek.

d. Tadlis

Tadlis merupakan penipuan yang terjadi karena adanya ketimpangan informasi tentang barang yang diperjual belikan. Hal ini juga dilarang oleh syariat karena salah satu pihak dapat dirugikan.

e. Tidak Digunakan untuk Transaksi objek Haram dan Maksiat.

Menurut para ulama salah satu syarat sahnya jual beli adalah barang yang diperjual belikan adalah harta yang dapat dimanfaatkan menurut syara”, selain itu barang haram menurut syara” dilarang untuk diperjual belikan.

3. Ruang Lingkup Uang dalam Islam

Uang menurut islam :

Dalam sistem ekonomi konvensional dikenal adanya 3 fungsi uang, yaitu :

- a. *Medium of Exchange*
- b. *Unit of Account*
- c. *Store of Value*

Sedangkan dalam ekonomi Islam, hanya dikenal adanya 2 fungsi :

- a. *Medium of Exchange (For Transaction)*
- b. *Unit of Account*

Dalam Islam, fungsi pertama ini jelas bahwa uang hanya berfungsi sebagai medium of exchange. Uang menjadi media untuk merubah barang dari bentuk yang satu ke bentuk yang lain, sehingga uang tidak bisa dijadikan komoditi. Fungsi kedua dari uang dalam islam adalah sebagai *unit of account*. Imam Ghazali mengatakan bahwa dalam ekonomi barter sekalipun uang tetap diperlukan. Seandainya uang tersebut tidak diterima sebagai *medium of exchange*, uang tetap diperlukan sebagai *unit of account*, misalnya untuk mengetahui apakah 3 buah topi

sama dengan 1 durian. Ketika teori konvensional memasukkan satu dari fungsi uang adalah *store of value* dimana adanya *profit money demand for speculation*. Hal ini tidak diperbolehkan dalam Islam. Islam memperbolehkan uang untuk transaksi dan untuk berjaga-jaga, namun menolak uang untuk spekulasi. Hal ini menurut Al-Ghazali, sama saja dengan memenjarakan fungsi uang.

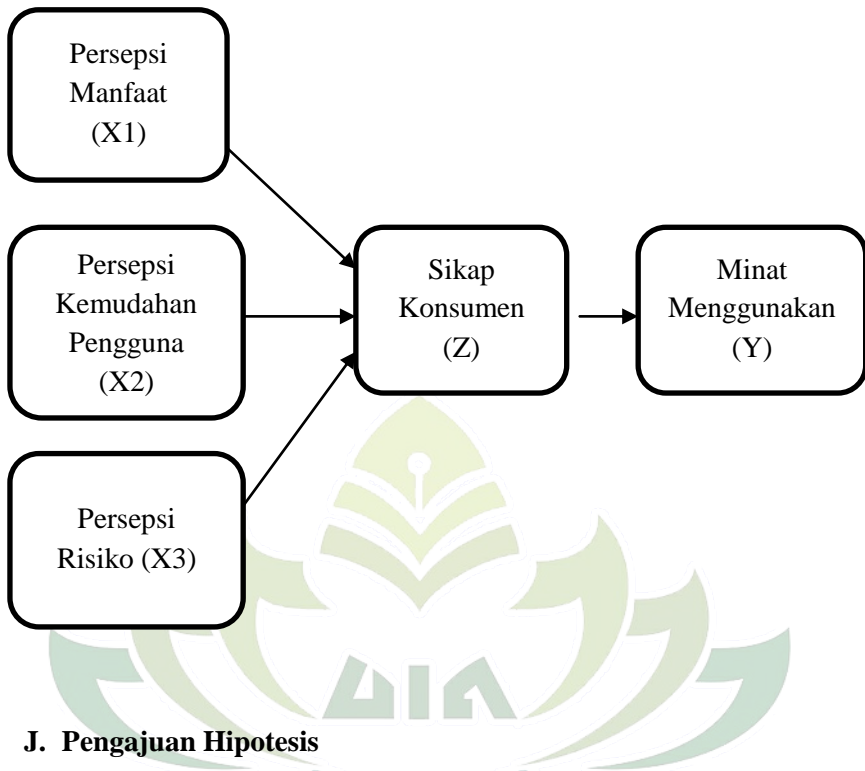
I. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran adalah suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penelitian. Dalam hal ini, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel dependen dan independen.⁴⁵ Kerangka pemikiran berupa suatu diagram untuk menjelaskan garis besar penelitian yang berupa variabel, y dan z yang saling berkaitan satu sama lain.

Berdasarkan pengembangan hipotesis yang telah dijelaskan, maka dapat disusun kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening yang akan diuji. Kerangka ini digunakan untuk mempermudah memahami hipotesis yang dibangun di dalam penelitian.

⁴⁵ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, ed. PT. Gramedia Pustaka Utama (Jakarta, 2014).

Gambar 2 Kerangka Pemikiran



J. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis penelitian digunakan sebagai dasar dalam pengambilan kesimpulan pada penelitian. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Penentuan hipotesis sendiri berdasarkan pada kajian teoritis, penelitian yang relevan, dan kerangka berpikir, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi manfaat (X1) terhadap minat menggunakan uang elektronik (Y).

Persepsi manfaat sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani menyatakan hasil perspesi manfaat yang menunjukkan bahwa responden menilai uang elektronik

memberikan manfaat yang tinggi, berarti konsumen dalam hal ini adalah pengguna merasa bahwa uang elektronik memberikan berbagai keuntungan berupa manfaat yang tinggi seperti memberikan kecepatan dan ketelitian dalam bertransaksi, dapat digunakan untuk segala bentuk transaksi yang bernilai kecil ataupun dengan frekuensi tinggi, praktis dan mudah digunakan untuk bertransaksi, serta lebih efisien dibandingkan uang tunai dengan ini berpengaruh positif pada minat uang elektronik.⁴⁶ Hasil yang didukung oleh Shomad dan Purnomosidhi (2012), Indriastuti dan Wicaksono (2014), dan Yutadi dan Haris (2014) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat menjadi faktor yang dipertimbangkan pada pelanggan untuk menggunakan e-money. Sedangkan menurut penelitian Adi, Adrian, dkk menjelaskan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha1: Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik.

2. Pengaruh persepsi manfaat (X1) terhadap sikap konsumen dalam menggunakan e-money (Z)

Persepsi manfaat ini merupakan tingkatan kepercayaan seseorang terhadap subyek tertentu yang dapat mempermudah dan mempercepat pekerjaan yang mereka lakukan sehingga dapat meningkatkan performa pekerjaannya dan prestasi kerja orang yang bersangkutan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anjelina bahwa suatu sistem mudah digunakan pada akhirnya menjadi lebih bermanfaat untuk digunakan. Sehingga sistem yang dianggap lebih mudah digunakan akan memudahkan menunjukkan hasil positif dan signifikan terhadap

⁴⁶ Singgih Priambodo and Bulan Prabawani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)," *E-Jurnal* (2016): 1-9.

minat menggunakan untuk variabel manfaat pengguna teknologi.⁴⁷ Berdasarkan teori diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ha2 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap sikap konsumen dalam penggunaan uang elektronik.

3. Pengaruh persepsi kemudahan pengguna (X2) terhadap minat menggunakan uang elektronik (Y)

Jogiyanto juga menguraikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah kepercayaan individu bahwa selama dia menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Sehingga, apabila individu tersebut mempercayai jika teknologi mudah penggunaannya maka dia akan menggunakannya. Namun apabila sebaliknya, maka dia tidak akan menggunakannya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan uang elektronik. Bahwa semakin tinggi kemudahan untuk digunakan dan mudah untuk dipahami maka semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik, hal ini dikarenakan petunjuk untuk menggunakan layanan uang elektronik sehingga pengguna dapat mempelajari sendiri cara menggunakan layanan uang elektronik. Selain itu uang elektronik mudah untuk digunakan saat bertransaksi diberbagai merchant (pedagang/toko), serta kemudahan untuk melakukan isi ulang/top up pada uang elektroniknya.⁴⁸ Berdasarkan penelitian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁴⁷ Anjelina, "Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money," *E-Jurnal* 2, no. 2 (2018,h. 219–231.

⁴⁸ Priambodo and Prabawani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)."

Ha3 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik.

4. Pengaruh persepsi kemudahan pengguna (X2) terhadap sikap konsumen dalam menggunakan e-money (Z)

Persepsi kemudahan adalah derajat dimana seseorang menganggap bahwa teknologi yang digunakannya mudah untuk di pahami yang berarti semakin mudah sebuah sistem untuk di gunakan akan mempengaruhi sikap konsumen dari sebuah teknologi tersebut, tidak terkecuali uang elektronik. Pada penelitian sebelumnya Priambodo dan Prabawani ditemukan bahwa persepsi kemudahan dari sebut teknologi atau sistem memiliki hubungan positif dengan sistem yang digunakan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Paggih dan Paulus juga menghasilkan yang sama yaitu persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen.

Pada penelitian ini, persepsi kemudahan dapat dikaitkan apabila orang tersebut beranggapan bahwa teknologi uang elektronik mudah digunakan, maka orang tersebut dan bersikap untuk terus menggunakan uang elektronik hubungan ini diambil dari teori TAM.⁴⁹

Ha4 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik.

5. Pengaruh persepsi risiko (X3) terhadap minat menggunakan uang elektronik (Y)

Persepsi risiko dapat diartikan sebagai risiko secara umum yang diterima oleh seseorang pada saat menggunakan suatu sistem. Peter dan Ryan menyatakan persepsi risiko juga merupakan subjektivitas atas kerugian. Persepsi risiko sebagai sejumlah yang merupakan kepastian dari perasaan subjektif individu atas konsekuensi kerugian. Dalam penelitian terdahulu

⁴⁹ Ibid.

menurut Ni Made Ari Puspita Dewi, dan I Gde Kt. Warmika bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan Mobile Commerce.⁵⁰ Sedangkan menurut beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat individu dalam menggunakan e-money, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Miliani, Purwanegara, dan Indriani (2013), dan Priyono (2017). Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha5 : Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan uang elektronik.

6. Pengaruh persepsi risiko (X3) terhadap sikap konsumen menggunakan uang elektronik (Z)

Risiko merupakan suatu persepsi-persepsi dari pelanggaran tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melaksanakan suatu kegiatan. Risiko yang cenderung dilihat oleh individu ketika melakukan transaksi online adalah ketika munculnya ketidakyakinkan atas hasil yang mungkin terjadi dari transaksi yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani diketahui bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap penggunaan uang elektronik. Hal ini juga senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Fortuna yang artinya semakin tinggi risiko maka orang akan semakin enggan untuk menggunakan uang elektronik. Hubungan ini di peroleh dari perkembangan teori TAM. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha6 : Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen dalam menggunakan uang elektronik.

⁵⁰ Made, Puspita, and Warmika, "Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Perspsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan."

7. Sikap konsumen (Z) berpengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik (Y)

Sikap sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen, sikap penggunaan teknologi didefinisikan oleh Davis sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sun dan Han pada yang meneliti tentang penerimaan customer dalam penggunaan internet banking mengemukakan bahwa sikap berpengaruh secara signifikan positif terhadap persepsi-persepsi. Selain itu menurut Zacie, Zulkarnain, dkk berpendapat bahwa sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan elektronik.⁵¹ Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha7 : Sikap konsumen berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik.

⁵¹ Karnadi Zachrie, Zulkarnain, and Alvi Furwanti Alwie, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Keemudahan, Sikap, Kontrol Prilaku, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank BUMN Di Kota Pekanbaru."

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, Arsita Ika. “Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya).” *E-Jurnal Akuntansi dan Bisnis* 13 (2015): 1–13.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1590>.
- Albert Kurniawan. *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2014.
- Ananda Sabil Husien. “Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) Dengan SmartPLS 3.0.” *Universitas Brawijaya: Modul Ajar* (2015).
- Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Suputra. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektornik.” *E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 27 (2019): 927–953.
- Andrean Septa Yogananda, and I Made Bayu Dirgantara. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.” *E-Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro* 6 (2017): 1–7.
- Anjelina. “Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money.” *E-Jurnal* 2, no. 2 (2018): 219–231.
- Boedi Abudllah dan Beni Ahmad Saebani. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Edited by CV Pustaka Setia. Bandung, 2014.
- Choiril Anam. “E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syariah.” *E-Jurnal* 2 (2018): 95–110.

D. Durianto dan Liana. C. “Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh Di Jakarta Dan Sekitarnya Dengan Menggunakan Consumer Decision Model.” *E-jurnal Ekonomi Perusahaan* 11 no 1 (2004): 35–55.

Deni darmawan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by PT. Remaja Rosdakarya. Bandung, 2014.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edited by Balai Pustaka. Edisi Kedu. jakarta, 2016.

Dita Monica Sekarini dan I Made Sukresna. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pengguna E-Toll Card Tahun 2015 Di Kota Semarang).” *E-Jurnal* 5 (2016).

Donni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2013.

Faradiba dan Sri Rahayu Tri Astuti. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.” *E-Jurnal* 2 (2013): 1–11.

Fred Luthans. *Perilaku Organisasi*. Edited by Penerbit Andi. Yogyakarta, 2015.

Husaini Usman dan Purnomo Setady Akbar. *Pengantar Statistika*. Edited by Bumi Aksara. jakarta, 2012.

Husein Umar. *Metode Riset Bisnis*. Edited by PT. Gramedia Pustaka Utama. jakarta, 2014.

Ibnu Hajar Al Asqalani. *Bulughul Maram Dan Penjelasannya*. Edited by Ummul Qura. jakarta, 2015.

Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho. “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiwa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.” *E-Jurnal* (2012): 6.

Istiarni, Panggih Rizki Dwi, and Paulus Basuki Hadiprajitno. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris : Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia).” *E-Jurnal Akuntans Fakultas Ekonomika dan Bisnis* 3, no. 2 (2014): 1–10.

Iva Novitasari, and Fitriasari Rizka. “Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan e-Money.” *E-jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Brawijaya* (2016): 1–20.

J. Suparanto. *Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi Dan Bisnis*. Edited by Rineka Cipta. jakarta, 2010.

Jusuf Soewadji. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Edited by Mitra Wacana Media. jakarta, 2012.

Karnadi Zachrie, Zulkarnain, and Alvi Furwanti Alwie. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Keemudahan, Sikap, Kontrol Prilaku, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank BUMN Di Kota Pekanbaru.” *E-Jurnal*, no. 3 (2018): 1–15.

Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Kedua Bela. jakarta: PT Index. Kelompok Gramedia, 2009.

Made, Ni, Ari Puspita, and I Gde Kt Warmika. “Peran Persepsi Kemudahan Penggunan, Persepsi Manfaat Dan Perspsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan” 5, no. 4 (2016): 2606–2636.

Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Edited by Era Adicitra Intermedia. Solo, 2011.

Nur Rianto Al Arif dan Euis Amelia. *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Edited by Kencana Premadamedia Group. jakarta, 2014.

Priambodo, Singgih, and Bulan Prabawani. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang).” *E-Jurnal* (2016): 1–9.

PT Gramedia Pustaka Utama, ed. *Penyusunan Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa*. jakarta, 2011.

Rina Rosia. “Pemikiran Imam Al-Ghazali Tentang Uang.” *E-Jurnal Ekonomi Islam* 4 (2018): 3.

Rubera, Andreas B. Eisigerich dan Gaia. “Drives of Brand Commitment: A Cross National Investigation.” *E-journal of international Marketing* Vol. 18 No (2010).

Sadono Sukirno. *Makroekonomi: Teori Pengantar*. Edited by Rajawali Pers. jakarta, 2010.

Stephen P.Robbins, Timothy A.Judje. *Perilaku Organisasi*. Edited by Salemba Empat Wijaya Grand Center. jakarta, 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Dan R&D*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2016.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2012.

———. *Metode Pengantar Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2016.

Sunarto. “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S.” *E-Jurnal V*, no. 1 (2018): 38.

Umar Husein. *Penelitian Untuk Skripsi Dan Thesis Bisnis*. Edited by Raja Grafindo Persada. Jakarta, 2011.

Usman Rianse dan Abdi. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi (Teori Dan Aplikasi)*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2012.

Wigati, Sri. “Prilaku Konsumen Dalam Persepsi Ekonomi Islam.” *E-Jurnal* 01 (2011).

Yacobus Bayu H. “Legalitas Kedudukan Hukum Pedagang Uang Elektronik (Electronic Money Exchanger) Dalam Sengketa Jual Beli Uang Elektronik.” *E-Jurnal Hukum Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Atmajaya Jogjakarta* (2014): 3.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020. <https://kbbi.wb.id/minat>.

